

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP
MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK CHAMP NUGGET
(Studi Pada Pelanggan Produk Champ Nugget di Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:
Saiful Anwar
201310160311074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP
MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK CHAMP NUGGET
(Studi Pada Pelanggan Produk Champ Nugget di Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:
Saiful Anwar
201310160311074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2017**

SKRIPSI

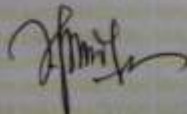
PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK CHAMP NUGGET (Studi Kasus Pelanggan Produk Champ Nugget di Malang)

Oleh :

Saiful Anwar
201310160311074

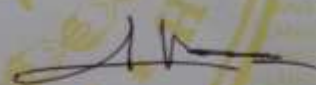
Diterima dan disetujui
pada tanggal 01 April 2017

Pembimbing I,



Drs. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,



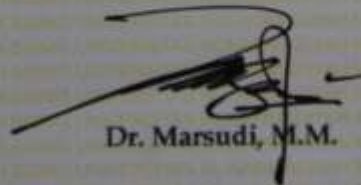
Drs. Noor Aziz, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Yuli Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK CHAMP NUGGET (Studi Kasus Pelanggan Produk Champ Nugget di Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Saiful Anwar
NIM : 201310160311074
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 01 April 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti A., M.M.
Penguji II : Drs. M. Jihadi, M.Si.
Penguji III : Drs. Noor Aziz, M.M.
Penguji IV : Drs. Eko Handayanto, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Marsudi, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 01 April 2017

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : SAIFUL ANWAR
No. Induk : 201310160311074
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI LABEL
HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PRODUK
CHAMP NUGGET

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	76	
2.	Drs. M. Jihadi, M.Si.	75	
3.	Drs. Noor Azis, M.M.	76	
4.	Drs. Eko Handayanto, M.M.	78	

Nilai rata-rata : 76,25 / B+

Dinyatakan : (Lulus / ~~Tidak Lulus~~)

Kategori : Layak / ~~Tidak Layak~~ *)

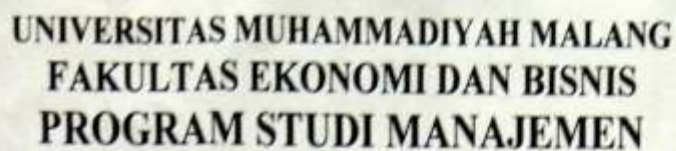
Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Pembantu Dekan I,

Dra. Ida Nuraini, M.Si.

Malang, 01 April 2017
Ketua Tim Penguji,

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.



Jl. Raya Tlogomas 246 Telp. 0341-464318 Pes. 214 Malang, 65144






Nama Mahasiswa : SAIFUL ANWAR


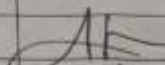
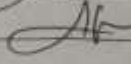



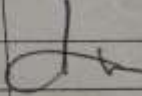
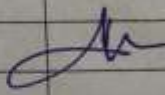
NIM : 201310160311074

No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	Uji Normalitas Data	7	10/4/17
2	Interpretasi Hal regresi		16
3	Penelitian (lihat draft)		16/4/17
4	Referensi masalah		13/4
	Ditambahkan 1		25/4/17

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : SAIFUL ANWAR
 NIM/IPK/Konsent : 201310160311074 , 13.53 , Manajemen Pemasaran
 Tgl. SK Bimbingan :
 Alamat/Tlp/HP :
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra merek dan Persepsi Label Halal terhadap Minat Pembelian ulang produk Champ Nugget

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
7.11.2016	Konsultasi Judul		
2.12.2016	Latar belakang		
8.12.2016	Revisi definisi ops Variabel & indikator Alat analisis hipotesis dibuat singkat. Revisi Prop: Latar Belakang. Rumusan - Hipotesis. Batasan masalah, Met Pen. Def Op.		
15/12/16	Revisi proposal & seminar Def Op Vari Semua masalah		
28/12/16	Revisi Bab 1, 2, 3. Lanjutan penyusunan indikator		
28/01/17	Revisi Kuesioner - Label halal MUI. tambahan tentang produk halal - indikator kuesioner.		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
2.2.12	Acc kuisiorer		
3.2.12	Kuesioner Diuji Cobakan		
20.2.12	Lanjutka penggabaran kuesioner.		
10.3.17	Revisi bab 4		
	- Profil Produk		
	- Profil Responden		
	- Hasil uji Validitas dan Reliabilitas		
	- Deskripsi & Frekuensi jawaban Variabel		
	- Hasil Analisis Regresi uji hipotesis		
	- Pembahasan		
13/3-17	Acc Bab 4 & 5		
	Siapkan utk uji Skripsi		
	Pengelasa Deskripsi Responden		
	Interpretasi Regresi		
	acc bab 4 & 5		


[illegible]

Pembimbing I

John

Malang,

Pembimbing II



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Champ Nugget” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan dibidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ida Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Marsudi M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

3. Eko Handayanto, Drs., M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Noor Aziz, Drs., M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Fien Zulfikarijah, M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Kedua Orang Tua saya tercinta, Ayahanda Chamim dan Ibunda Choiriyah atas perhatian, doa, dukungan, pengorbanan, serta cinta dan kasih sayang beliau yang tiada putus.
8. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen angkatan 2013 atas kebersamaannya selama kuliah khususnya kelas Manajemen B yang selalu banyak membantu penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin iii

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima Kasih

Billahittaufiq Wal Hidayah

Malang, 25 Maret 2017

Penulis

(Saiful Anwar)

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACTS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori.....	10
1. Minat Pembelian Ulang.....	10
2. Persepsi Label Halal.....	14
3. Citra Merek	19
C. Kerangka Pikir	22
D. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	24
B. Sumber Data	24
C. Populasi dan Sampel	24
D. Definisi Operasional.....	25
E. Pengukuran Data	26
F. Uji Instrumen	27
G. Metode Analisis Data.....	29
H. Uji Asumsi Klasik	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Produk	36
B. Profil Responden.....	36
C. Hasil Uji Instrumen	39
D. Hasil Analisis Rentang Skala	41
E. Deskripsi Jawaban Responden.....	42
F. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	50
G. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
H. Hasil Uji Hipotesis	57
I. Pembahasan.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	25
Tabel 4.1	Profil Usia Responden.....	37
Tabel 4.2	Profil Pendidikan Responden.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	38
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	40
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	41
Tabel 4.6	Hasil Analisis Rentang Skala	42
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Variabel Citra Merek (X1).....	43
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Label halal (X2).....	45
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Variabel Minat Pembelian Ulang (Y).....	48
Tabel 4.10	Hasil Regresi Berganda.....	51
Tabel 4.11	Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji F	57
Tabel 4.14	Hasil Uji t	58

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Grafik Histogram dan Normal Probability Plot	53
Gambar 4.2 Grafik Scatterplots.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Kuesioner

Data Jawaban responden

Data Reliabilitas dan Validitas 30 Responden

Data Reliabilitas dan Validitas 100 Responden

Data Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Data Uji Asumsi Klasik

Data Hasil Uji F dan Uji t

Daftar Pustaka

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2008). Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Abdullah, Thamrin.3003. Manajemen Produksi dan Industri kecil. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Agnes Niken. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Nokia Di Semarang)
- Altje Lenny. 2010. Pengaruh Kebanggaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Membeli Ulang Wanita Karir di Pasar Swalayan Manado. Jurnal Manajemen, Vol.14, No.03, Oktober 2010: 296-307.
- Andreani, et al. 2012. *The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator in McDonald's*. Jurnal manajemen dan kewirausahaan, Vol.14, No.1, Maret 2012: 64-71.
- Adhi Laksita. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran KFC di salatiga
- Aris et al. 2011. persepsi label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minuman berenergi
- Basu Swasta, Handi Handoko, 2000. Manajemen Pemasaran , BPFE:Yogyakarta.
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty:Yogyakarta.
- Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001, Pemasaran Barang dan Jasa, cetan pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta
- David. 1996. Pemasaran Strategis. Jakarta: Erlangga
- Engla, Fitria. 2013. Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Cabang Basko Grand Mall Oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang

- Ferdinand, A. (2002), "Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor", *BP UNDIP*.
- Fatmasari dan mamdukh. 2014. The influence halal label and personal religiosity on purchase decision on food products in Indonesia
- Griffiths, A. (2012). *Dongkrak Bisnis-121 Langkah Terobosan Bikin UKM Powerful*. (A. Kurniawan, Ed., & J. Wibowo, Trans.) Jakarta: PT. Tangga Pustaka.
- Imam Ghozali, 2011, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler dan keler. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kusnadar et al. 2015. Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Label Halal Produk Kosmetik La Tulipe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Ulang Di Kota Banyuwangi
- Lola et al. 2015. Strategi peningkatan kualitas pelayanan dan brand image terhadap minat beli ulang konsumen (studi kasus pada kentucky fried chicken (KFC) di kota gorontalo)
- Nugroho Setiadi. 2003. *Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2009, Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE. Yogyakarta.
- Nur Ain dan Ririn. 2015. Pengaruh Citra merek melalui sikap konsumen terhadap minat pembelian ulang
- Rahmawati et al. 2007. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek untuk meningkatkan minat beli ulang
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Sunarto, (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Amus

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang. UMM Press

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-perilaku-konsumen-serta.html>.29

November 2016 jam 12.48 PM

<http://alfath-maxleanconsulting.blogspot.co.id/2015/12/sertifikasi-halal.html>.22

November 2016 jam 12.25 PM

<http://pusathalal.com/artikel-referensi/info-penting-halal> 27 Januari 2017 jam 3.35

<http://www.vemale.com/brand/17789-champ.html> 10 Maret 2017 jam 08.15